

OPTIMALISASI PEMASARAN PRODUK PANGAN BUMDES LANCAR JAYA MELALUI PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL

Endro Sugiartono*, Arisona Ahmad, Siska Aprilia Oktaviani, Candra Pramula Pinandita, Prillinaya Yudhistira, Dwi Indriani Fidiastutik Wijaya, Enrico Indra Budianto, Galih Dwi Premasanam

Jurusan Bisnis, Politeknik Negeri Jember

*Email: endro@polije.ac.id

Naskah diterima: 30-11-2025, disetujui: 14-01-2026, diterbitkan: 30-01-2026

DOI: <http://dx.doi.org/10.29303/jppm.v9i1.10870>

Abstrak - BUMDes Lancar Jaya di Desa Seputih, Kabupaten Jember, memiliki potensi komoditas strategis berupa padi, jagung, dan kopi. Namun, optimalisasi potensi tersebut terhambat oleh pola pemasaran konvensional yang terbatas pada lingkup lokal serta minimnya kompetensi digital sumber daya manusia (SDM). Program pengabdian masyarakat ini bertujuan memodernisasi sistem pemasaran BUMDes melalui transformasi digital guna memperluas akses pasar. Metode pelaksanaan menerapkan pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD) yang meliputi tahapan pemetaan aset, perancangan sistem, dan peningkatan kompetensi. Hasil kegiatan ini mencakup tiga capaian utama. Pertama, tersedianya infrastruktur digital berupa website resmi yang berfungsi sebagai katalog produk terpusat dengan fitur integrasi WhatsApp untuk kemudahan transaksi. Kedua, peningkatan kompetensi teknis pengurus dalam manajemen operasional website dan penulisan promosi dasar melalui pelatihan intensif. Ketiga, terbentuknya kemandirian operasional yang ditandai dengan standardisasi pelayanan pelanggan dan serah terima penuh hak akses pengelolaan sistem kepada pengurus. Program ini berhasil meletakkan fondasi digitalisasi yang memungkinkan BUMDes mengelola pemasaran secara mandiri dan berkelanjutan.

Kata Kunci: BUMDes, Pemasaran Digital, Pemberdayaan Ekonomi

LATAR BELAKANG

Desa Seputih yang terletak di Kecamatan Mayang, Kabupaten Jember, merupakan wilayah dengan kekayaan alam yang melimpah, khususnya di sektor pertanian. Komoditas strategis seperti padi, jagung dan kopi menjadi tumpuan perekonomian masyarakat. Untuk mengelola potensi tersebut agar memberikan nilai tambah yang lebih besar, Pemerintah Desa mendirikan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Lancar Jaya. Badan usaha ini diharapkan mampu menjadi motor penggerak ekonomi yang tidak hanya menampung hasil panen, tetapi juga memasarkannya dengan cara yang lebih menguntungkan demi kesejahteraan masyarakat.

Namun, realisasi peran strategis tersebut menghadapi kendala utama dalam hal perluasan akses pasar. Potensi komoditas yang melimpah belum diimbangi dengan kemampuan

BUMDes untuk membuka jaringan pemasaran ke luar wilayah desa. Pengelolaan usaha saat ini masih cenderung pasif dan belum memiliki skema yang jelas untuk memperkenalkan produk unggulan tersebut kepada konsumen yang lebih luas. Akibatnya, komoditas unggulan desa menjadi kurang dikenal dan sulit memiliki daya saing untuk menembus pasar yang lebih kompetitif.

Masalah pemasaran ini diperparah oleh pola distribusi yang masih sangat konvensional. Penjualan produk mayoritas hanya dilakukan secara *offline* dengan jangkauan pasar yang terbatas pada lingkungan lokal. Kondisi ini menyebabkan akses konsumen dari luar daerah menjadi tertutup, sehingga volume penjualan sulit ditingkatkan. Situasi ini diperkuat oleh temuan dari Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD) Kabupaten Jember. Berdasarkan hasil Monitoring dan Evaluasi

(Monev) pada April 2024, teridentifikasi bahwa pengelolaan usaha BUMDes memerlukan perbaikan manajerial yang mendesak untuk mengurangi risiko kerugian usaha.

Selain kendala sistem pemasaran, tantangan lain yang dihadapi adalah kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM). Sebagian besar pengurus BUMDes belum memiliki keterampilan teknis dalam dunia digital. Penguasaan terhadap penggunaan platform pemasaran *online* maupun kemampuan menyusun narasi promosi yang persuasif masih sangat minim. Kesenjangan *skill* ini menjadi hambatan tersendiri, karena seanggih apa pun teknologi yang nanti diterapkan, tidak akan berjalan optimal jika pengelolanya tidak memiliki kompetensi yang memadai untuk mengoperasikannya (Ferdiansyah and Said 2022; Yusuf et al. 2023).

Kondisi kompleks di atas menuntut adanya langkah pembaruan yang menyeluruh agar BUMDes tidak tertinggal. Di era ekonomi saat ini, mengandalkan cara pemasaran lama sudah tidak lagi relevan (Hanilla, Prawitasari, and Handayani 2022). Pergeseran perilaku konsumen yang serba *online* mengharuskan pelaku usaha, termasuk BUMDes, untuk hadir di ruang digital. Pemanfaatan teknologi informasi menjadi solusi paling efektif untuk memutus rantai distribusi yang panjang dan memperluas jangkauan pasar tanpa terhalang oleh batasan jarak (L. N. Aini, Putra, and Maulidah 2025). Tanpa adanya inovasi di bidang pemasaran digital, percepatan ekonomi desa akan sulit terwujud (Fauziah et al. 2022).

Merespons permasalahan di atas, kegiatan pengabdian masyarakat ini hadir untuk mendampingi BUMDes Lancar Jaya melakukan modernisasi sistem pemasaran. Melalui pendekatan pendampingan intensif, kegiatan ini berfokus pada pembangunan infrastruktur digital berupa *website e-commerce* resmi dan peningkatan kemampuan

pengurus dalam membuat konten promosi visual. Langkah ini diambil sebagai upaya konkret agar BUMDes menjadi lebih adaptif, transparan, dan memiliki daya saing yang kuat, sehingga mampu menjangkau pasar nasional secara mandiri.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan selama empat bulan, terhitung mulai Juli hingga Oktober 2025, bertempat di Desa Seputih, Kecamatan Mayang, Kabupaten Jember. Mitra sasaran utama dalam kegiatan ini adalah pengurus inti BUMDes Lancar Jaya. Untuk memastikan program berjalan efektif dan berkelanjutan, tim pengabdian menerapkan metode pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) (Somantri, Wiharta, and Amaliyah 2021; Yuwana 2022).

Tahapan pelaksanaan dimulai dengan fase penemuan dan pemetaan aset (*Discovery*) (Virgiawan, Herawati, and Dwimawanti, 2022; P. N. Aini and Wulandari, 2021). Pada tahap ini, tim pengabdian bersama pengurus BUMDes melakukan observasi melalui *focus group discussion* untuk menginventarisasi potensi desa yang memiliki prospek ekonomi strategis. Proses kurasi ini difokuskan pada penentuan komoditas pertanian unggulan. Hasil ini yang akan dijadikan prioritas utama dalam perancangan sistem pemasaran digital.

Setelah potensi aset terpetakan, kegiatan berlanjut ke fase perancangan sistem (*Design*). Pada tahap ini, dilakukan pembangunan infrastruktur pemasaran berupa *website* resmi BUMDes. *Website* ini dirancang dengan pendekatan komprehensif, tidak hanya memuat fitur katalog produk yang terintegrasi dengan WhatsApp untuk kemudahan transaksi, tetapi juga dilengkapi dengan menu profil kelembagaan dan berita kegiatan. Integrasi fitur penjualan dan informasi ini bertujuan untuk membangun kredibilitas BUMDes di mata

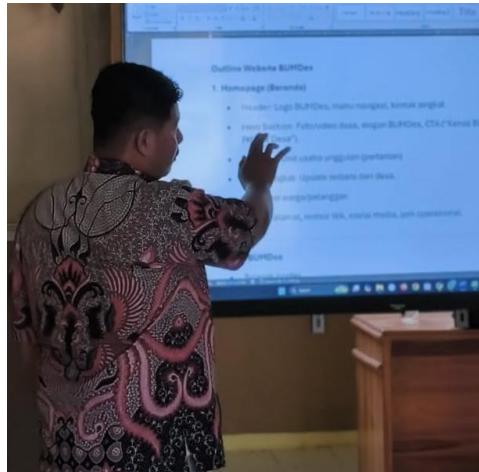
konsumen serta memudahkan interaksi tanpa prosedur yang rumit (Biemans 2023; Mursalat and Razak 2021).

Setelah kesiapan infrastruktur digital terpenuhi, kegiatan berlanjut ke fase penyampaian dan pemanfaatan aset (*Delivery*) yang difokuskan pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia. Tahap ini diisi dengan pelaksanaan pelatihan strategi pemasaran digital bagi pengurus BUMDes. Materi pelatihan mencakup pengenalan dasar-dasar manajemen operasional website, pemahaman fitur-fitur pemasaran online, serta strategi promosi untuk menjangkau konsumen. Kegiatan ini bertujuan untuk membekali pengurus dengan kompetensi teknis yang memadai, sehingga infrastruktur digital yang telah dibangun dapat dikelola secara mandiri dan berkelanjutan (Baysha et al. 2024; Pujiastuti et al. 2024).

Rangkaian kegiatan diakhiri dengan fase pemantapan dan pendampingan. Pada tahap ini, dilakukan simulasi operasional untuk memastikan kesiapan pengurus sebelum terjun ke pasar nyata. Dalam proses ini, tim pengabdian memberikan arahan mengenai tata cara komunikasi yang responsif terhadap calon pembeli serta standar kerja sistem pemasaran digital yang telah dibangun (Khoirunnisa 2025; Kusnawan & Nur 2021).



Gambar 1. Observasi Potensi Desa



Gambar 2. Perancangan Website BUMDes

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Implementasi Website sebagai Pusat Pemasaran Digital

Capaian utama dari kegiatan ini adalah tersedianya platform *e-commerce* resmi BUMDes Lancar Jaya yaitu website <https://bumdesdesaseputih.com/>.

Pembangunan website ini dirancang sebagai pusat ekosistem pemasaran yang mengintegrasikan informasi, edukasi produk, dan fungsi transaksi dalam satu pintu. Secara teknis, website ini dirancang dengan struktur navigasi yang ramah pengguna, memastikan calon pembeli dari berbagai segmen usia dapat mengaksesnya dengan mudah.

Secara spesifik, pengembangan infrastruktur ini mencakup empat aspek strategis yang dirancang untuk menjawab tantangan pasar:

1. Aksesibilitas Berbasis *Mobile-First Approach*

Mengingat mayoritas konsumen saat ini mengakses internet melalui ponsel pintar, website ini dirancang dengan antarmuka yang responsif. Tata letak menu, ukuran font, dan resolusi gambar secara otomatis menyesuaikan dengan layar pengguna. Hal ini memastikan pengalaman pengguna yang optimal, sehingga calon pembeli tidak kesulitan menelusuri katalog produk meskipun menggunakan

koneksi internet seluler yang terbatas (Irianto et al. 2023; Wang et al. 2017).

2. Digitalisasi Katalog Produk

Fitur katalog pada website berfungsi untuk menyajikan daftar produk secara lebih rapi dan terpusat. Melalui fitur ini, jenis produk yang dikelola BUMDes dapat diketahui langsung oleh pengunjung website. Hal ini memberikan kemudahan akses informasi bagi calon pembeli, menggantikan cara lama di mana informasi ketersediaan produk hanya beredar secara terbatas dari mulut ke mulut di lingkungan desa (Astuti et al. 2025).

3. Integrasi *Quick-Commerce* untuk Akselerasi Transaksi

Untuk menjembatani kesenjangan teknologi pada sisi konsumen yang mungkin belum terbiasa dengan sistem "keranjang belanja" yang rumit, website ini menerapkan fitur *Call-to-Action* (CTA) sederhana berupa tombol "Pesanan via WhatsApp". Fitur ini menghubungkan calon pembeli langsung ke nomor admin BUMDes. Pendekatan ini menggabungkan kemudahan teknologi dengan interaksi personal, yang terbukti efektif dalam membangun kepercayaan dan mempercepat keputusan pembelian pada segmen pasar lokal dan regional (Mursalat and Razak 2021; Yusuf et al. 2023).

4. Penguatan Kredibilitas Institusi

Keberadaan website dengan domain mandiri (.com) meningkatkan persepsi profesionalisme BUMDes di mata mitra eksternal. Hal ini menjawab tantangan kepercayaan yang sering menjadi hambatan dalam pemasaran produk desa (Murdani et al., 2022; Suparman et al. 2025). Dengan adanya portal berita kegiatan dan transparansi profil usaha di dalam website, BUMDes Lancar Jaya kini memiliki legitimasi digital yang kuat untuk menjajaki kerjasama B2B (*Business to Business*) yang lebih luas di masa depan.

B. Peningkatan Kompetensi SDM melalui Pelatihan Pemasaran Digital

Selain aspek infrastruktur teknologi, keberhasilan transformasi digital sangat bergantung pada kesiapan sumber daya manusia (SDM). Sebelum kegiatan ini berlangsung, pengurus memiliki keterbatasan pemahaman mengenai cara mengelola platform online. Melalui sesi pelatihan intensif, terjadi peningkatan kompetensi yang signifikan pada aspek-aspek berikut:

1. Manajemen Operasional Website

Pengurus BUMDes telah dibekali keterampilan teknis untuk mengoperasikan *dashboard* admin website. Indikator keberhasilan pada aspek ini terlihat dari kemampuan pengurus untuk melakukan fungsi-fungsi dasar pengelolaan secara mandiri, seperti mengedit informasi profil usaha, memperbarui status ketersediaan stok, dan memantau pesanan masuk. Penguasaan teknis ini menjadi modal penting agar website dapat terus dikelola dengan data yang selalu terbarukan bergantung pada tim pengabdian (Murdani, Aji, and Winduro 2022; Zaeniah et al. 2022).

2. *Copywriting* dan Promosi

Pelatihan ini juga menyasar aspek komunikasi verbal melalui penguatan teknik *copywriting*. Kompetensi ini diterapkan dalam dua ranah strategis yaitu pengisian konten website dan narasi promosi. Pada sisi internal website, pengurus dilatih untuk menyusun nama dan deskripsi produk yang jelas, lugas, serta informatif, sehingga pengunjung dapat memahami spesifikasi komoditas yang ditawarkan dengan mudah. Sementara pada sisi eksternal, pengurus dibekali kemampuan menyusun kalimat pengantar yang persuasif saat menyebarkan tautan website ke media sosial. Kemampuan ini penting agar narasi yang dibangun BUMDes memiliki standar bahasa yang profesional dan konsisten (Anggoro et al. 2023; Supriatna, et al., 2022).

C. Kesiapan Operasional dan Keberlanjutan Sistem

Integrasi antara infrastruktur digital dan kompetensi SDM dilengkapi dengan penguatan aspek operasional. Sebelum adanya pendampingan, alur pengelolaan usaha berjalan tanpa standar yang jelas. Melalui proses simulasi dan pendampingan, kini telah terbentuk kesiapan manajerial yang tampak dalam dua capaian utama:

1. Simulasi Pelayanan Pelanggan

Untuk memastikan kesiapan admin dalam melayani konsumen, tim pengabdian melakukan simulasi transaksi via WhatsApp. Dalam proses ini, pengurus diberikan arahan langsung mengenai etika komunikasi bisnis, seperti cara merespons pertanyaan calon pembeli dengan cepat dan ramah. Hasil dari simulasi ini adalah terbentuknya pola komunikasi standar yang dapat digunakan admin saat menerima pesanan masuk, sehingga interaksi dengan konsumen terlihat lebih profesional dan terpercaya (Kristiyanti et al. 2024; Sintiawati et al. 2025).

2. Kemandirian Pengelolaan Website

Pengurus yang ditunjuk kini memegang kendali atas akses *username* dan *password* website. Serah terima ini menandai peralihan tanggung jawab, di mana tim pengabdian yang semula berperan sebagai inisiator kini beralih peran menjadi pemantau. BUMDes kini memiliki otonomi untuk mengembangkan konten maupun strategi pengelolaan di masa depan sesuai dengan dinamika pasar yang mereka hadapi.



Gambar 3. Serah Terima Pengelolaan

KESIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian masyarakat ini memberikan solusi konkret terhadap kendala pemasaran BUMDes Lancar Jaya melalui pendekatan digitalisasi yang bertahap. Pertama, dari aspek infrastruktur, tersedianya website resmi <https://bumdesdesaseputih.com/> berhasil mentransformasi pola inventarisasi produk desa. Komoditas unggulan seperti jagung, padi, dan kopi yang sebelumnya tidak terekspos, kini terdigitalisasi dalam katalog online yang dapat diakses oleh pasar yang lebih luas. Kedua, dari aspek sumber daya manusia, kegiatan ini efektif meningkatkan kompetensi teknis pengurus. Melalui pelatihan intensif, pengurus yang sebelumnya awam teknologi kini memiliki kemampuan dalam manajemen operasional website dan penulisan narasi promosi. Ketiga, dari aspek keberlanjutan, program ini berhasil membangun kemandirian operasional. Dengan terlaksananya simulasi pelayanan dan serah terima hak akses penuh, BUMDes kini memiliki otonomi untuk mengelola sistem pemasaran digitalnya secara mandiri tanpa ketergantungan teknis pada pihak eksternal.

Demi menjaga keberlanjutan program dan memaksimalkan dampak ekonomi jangka panjang, direkomendasikan agar pengurus BUMDes menjaga kedisiplinan dalam melakukan pemutakhiran data stok dan konten berita di *website* secara berkala guna mempertahankan kepercayaan konsumen dan performa mesin pencari. Selain itu, integrasi kanal promosi melalui pemanfaatan media sosial dan jejaring komunitas perlu dilakukan secara intensif sebagai pintu masuk trafik pengunjung menuju *website*. Selanjutnya, sebagai langkah ekspansi strategis, BUMDes disarankan untuk mempertimbangkan alokasi anggaran khusus bagi promosi digital berbayar atau kerja sama kemitraan di masa depan guna memperluas penetrasi pasar hingga ke luar wilayah desa.

UCAPAN TERIMAKASIH

Keberhasilan pelaksanaan program pengabdian ini tidak lepas dari dukungan finansial yang diberikan oleh Politeknik Negeri Jember melalui hibah skema Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) Tahun Anggaran 2025. Oleh karena itu, tim pengabdi menyampaikan apresiasi setinggi-tingginya. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada Pemerintah Desa Seputih, Kecamatan Mayang, khususnya Kepala Desa beserta jajaran perangkat desa yang telah memberikan izin serta memfasilitasi jalannya kegiatan. Penghargaan yang sama juga disampaikan kepada segenap pengurus dan anggota BUMDes Desa Seputih atas sinergi dan partisipasi aktif selama rangkaian program berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Lia Nur, Teguh Dwi Putra, and Afsah Indah Maulidah. (2025). "Pemberdayaan Peternak Anggota BUMDESA Melalui Optimalisasi Produksi Dan Digital Marketing Di Desa Bringin, Tuban." *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*.
- Aini, Putri Noer, and S Wulandari. (2021). "Tahapan Pemberdayaan Berbasis Aset Komunitas Pada Desa Wisata Pentingsari Yogyakarta." *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. <https://consensus.app/papers/tahapan-pemberdayaan-berbasis-aset-komunitas-pada-desa-aini-wulandari/2de275305bd752879e1047fff6d3cddd/>.
- Anggoro, Dani, Sudarmaji Sudarmaji, Dedi Irawan, and Danang Prabowo. (2023). "Pelatihan Optimasi Media Sosial Dan Google Profil Bisnis Pada BUMDes Manunggal Jaya Desa Nunggal Rejo." *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas*.
- Astuti, Rahma Yudi et al. (2025). "DIGITALISASI PEMASARAN PRODUK BERBASIS WEBSITE GUNA MEMPERLUAS JANGKAUAN PASAR PADA USAHA MIKRO SAVIRA FROZEN FOOD PONOROGO." *Journal of Community Empowerment*.
- Baysha, Muh. Husein, E Astuti, A Fahmi, and Mashur Mashur. (2024). "PERAN PEMASARAN DIGITAL DALAM MEMPROSOSIKAN PARIWISATA TANDUNG ANDUNG DESA LENDANG ARA." *COMMUNITY: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Biemans, Wim. 2023. "The Impact of Digital Tools on Sales-Marketing Interactions and Perceptions." *Industrial Marketing Management*. <https://consensus.app/papers/the-impact-of-digital-tools-on-salesmarketing-biemans/41335dbed3295df2bd7ed47ff0d5fbc9/>.
- Fauziah, M et al. (2022). "Pendampingan Usaha Menengah Kecil Masyarakat Melalui Digital Marketing Untuk Menunjang Pemasaran Produk." *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*.
- Ferdiansyah, Handy, and Sunandar Said. (2022). "PENINGKATAN KAPASITAS PENGURUS BUMDES DALAM MELAKUKAN PRODUCT PHOTOGRAPHY." *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*.
- Hanilla, Siti, Andriyani Prawitasari, and Sri Handayani. (2022). "Analisis Strategi Marketing Digital Pada Bumdes Lestari Jaya Desa Sindang Jaya Kabupaten Rejang Lebong." *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*.
- Irianto, Wahyu Sakti Gunawan et al. (2023). "Digitalisasi Produk UMKM Berbasis E-Katalog Untuk Meningkatkan Komersialisasi Pemasaran Di Lingkungan Komunitas UMKM PADUKA." *Bulletin of Community Engagement*.
- Khoirunnisa, Auliani. (2025). "Pelatihan Manajemen Usaha Dan Pemasaran

Digital Untuk Penguatan Kapasitas Organisasi BUMDes Dalam Pengembangan Ekonomi Lokal Di Desa Serang, Kecamatan Cikarang Selatan.” *Aksi Nyata : Jurnal Pengabdian Sosial dan Kemanusiaan.*

Kristiyanti, Dinar Ajeng et al. (2024). “Digitalization of Village Based on Information Technology through Developing BUMDes MSMEs Website and Logo.” *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS).*

Kusnawan, Aep, and Yusril Perdiansyah Nur. 2021. “PEMBERDAYAAN ASET TENUN BIPOLO MELALUI METODE PELATIHAN MARKETING MIX UNTUK MENUMBUHKAN KEMANDIRIAN MASYARAKAT DESA (Sebuah Studi Atas Peran Pengabdian KKN Nusantara Di Desa Bipolo, Kec. Sulamu, Kab. Kupang, NTT, Indonesia).” 3: 66–70.

Murdani, A, Haryo Kusumo Aji, and Wirid Winduro. (2022). “PENGUATAN BRANDING DAN PROMOSI DESA WISATA NGIDAM MUNCAR MELALUI EKSISTENSI WEBSITE.” *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri).*

Mursalat, Aksal, and Muhammad Rais Rahmat Razak. (2021). “PENGEMBANGAN PRODUKTIVITAS BUMDES MELALUI SISTEM INFORMASI E-COMMERCE SEBAGAI SARANA PEMASARAN PRODUK DESA TIMORENG PANUA KABUPATEN SIDENRENG RAPPANG, SULAWESI SELATAN.” *Diseminasi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat.*

Pujiastuti, Ana et al. (2024). “Workshop Pengembangan Produk Dan Konten Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Produk UMKM Desa Kemetul.” *INDONESIAN JOURNAL OF COMMUNITY EMPOWERMENT (IJCE).*

Sintiawati, Nani et al. (2025). “Training on ‘E-Commerce and Digital Marketing

Designs’ (E- Codigimark) to Support the System Economy Village as a Form of Community Empowerment in Puger Kulon Village, Jember Regency.” *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat.*

Somantri, Somantri, Wiharta Wiharta, and Amaliyah Amaliyah. (2021). “Model Kerjasama Menuju Masyarakat Gemah Ripah Repeh Rapih Desa Palir Dengan Pendekatan Asset Based Community Development (ABCD).” 3: 81–92.

Suparman, Ade et al. (2025). “MENINGKATKAN BRANDING DESA KARANGMUKTI MELALUI PENGEMBANGAN E-COMMERCE DESA UNTUK UMKM LOKAL DI DESA KARANGMUKTI KECAMATAN CIPEUNDEUY KABUPATEN SUBANG.” *Jurnal Kolaborasi Pengabdian Masyarakat Fakultas Ilmu Administrasi.*

Supriatna, Dicky, Julisar Surjadi, and D Rahayuningsih. (2022). “PENERAPAN DIGITAL MARKETING MELALUI TEKNIK COPYWRITING DAN SEO BAGI UMKM.” *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia.*

Virgiawan, Senna, A Herawati, and Ida Hayu Dwimawanti. (2022). “Pemberdayaan Objek Wisata Bukit Widodaren Desa Sendang Ijo Kecamatan Selogiri Kabupaten Wonogiri.” *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement.*

Wang, Tianheng, Yuan Shen, A Conti, and M Win. (2017). “Network Navigation With Scheduling: Error Evolution.” *IEEE Transactions on Information Theory* 63: 7509–34.

Yusuf, Setiarini et al. (2023). “EDUKASI PEMASARAN DIGITAL BAGI UMKM DI KECAMATAN TANJUNG SARI PAMULIHAN KABUPATEN SUMEDANG.” *SULUH: Jurnal Abdimas.*

Yuwana, Siti Indah Purwaning. (2022).

“Pemberdayaan Dan Peningkatan Kualitas SDM Masyarakat Dengan Menggunakan Metode Asset Bassed Community Development (ABCD) Di Desa Pecalongan Kec. Sukosari Bondowoso.” *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*.

Zaeniah, Zaeniah, Zaenudin Zaenudin, Masjun Efendi, and M Multazam. (2022). “Pelatihan Pengelolaan Website Pada Kantor Desa Duman.” *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*.